

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра видавничої справи



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов
2016 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Основи видавничої справи

освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр

напрямок підготовки 6.020303/01 Філологія (українська мова та література)

Інститут журналістики

2016-2017 рік



Робоча програма з «Основ видавничої справи» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямом підготовки 6. 020303 Філологія (українська мова та література), 2016 року – 33 с.

Укладачі: Балабанова К.С. кандидат педагогічних наук, доцент кафедри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол від “2” вересня 2016 року № 1

Завідувач кафедри видавничої справи Ма (Масімова Л.Г.)

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора Інституту журналістики з навчальної роботи
В (Росіньська О.А.)

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	4
Структура програми навчальної дисципліни	6
I. Опис предмета навчальної дисципліни	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма	9
<i>Змістовий модуль I</i>	9
<i>Змістовий модуль II</i>	10
<i>Змістовний модуль III</i>	12
<i>Змістовий модуль IV</i>	14
<i>Змістовий модуль V</i>	16
IV. Навчально-методична карта дисципліни «Основи видавничої справи»	17
V. Плани практичних занять	20
VI. Завдання для самостійної роботи	25
VII. ІНДЗ	27
VIII. Система поточного та підсумкового контролю	28
IX. Методи навчання	30
X. Методичне забезпечення курсу	31
XI. Рекомендована література	33

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Опис дисципліни та її предмета. Нормативна навчальна дисципліна «Основи видавничої справи» належить до циклу професійно орієнтованих дисциплін напряму підготовки «Філологія» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр». Викладається на третьому та четвертому курсах в обсязі 180 год. (5 кредитів), завершується заліком.

Метою навчальної дисципліни «Основи видавничої справи» є освоєння студентом комплексу теоретичних і практичних знань з основ видавничої справи, для реалізації відповідних редакторських виконавських і управлінських функцій.

Завдання навчальної дисципліни «Основи видавничої справи» формулюються в умовних основних блоках: організаційному, промоційному, економічному.

Завдання організаційного блоку передбачає засвоєння значного за обсягом масиву матеріалу, пов'язаного з організацією сучасної видавничої системи в Україні і світі, її тенденціями та проблемами.

Завдання промоційного блоку концентруються довкола вивчення проблем взаємовідносин видавця з поліграфістами та реалізаторами друкованих видань.

Завдання економічного блоку передбачає засвоєння матеріалу з економічного мінімуму видавця, фінансування видавництва.

Об'єктом навчальної дисципліни «Основи видавничої справи» є видавнича діяльність у контексті творення, вдосконалення, друкування та поширення різних видів друкованої продукції.

Предметом розгляду навчальної дисципліни «Основи видавничої справи» є видавнича справа як сфера суспільних відносин, що поєднує в собі організаційну, творчо-технічну, виробничо-господарську та промоційну діяльність фізичних і юридичних осіб, зайнятих створенням, виготовленням та поширенням різних видів видавничої продукції.

Вимоги до знань та умінь

Студент повинен знати:

- основні тенденції розвитку видавничої справи в Україні і світі;
- законодавчу базу України щодо видавничої справи;
- типові структури видавництв та видавничих організацій в Україні і світі;
- порядок створення та реєстрації видавництва (видавничого підрозділу), друкарні чи редакції періодичного друкованого органу;
- порядок розроблення і впровадження у практику різноманітних програм;
- типологію видів видавничої продукції за головними критеріями;
- основні розмірні та кількісні параметри різних видів видань;
- основні об'єми редакторської роботи та типові норми редагування;
- змістову та матеріальну структуру різних видів видавничої продукції;
- елементи службової частини видання;
- національні й міжнародні видавничі стандарти та правила їх застосування.

- фахові вимоги до представників редакторських професій
- функціональні обов'язки працівників видавництва та редакцій;
- сферу застосування редакторських професій;
- сучасний ринок української поліграфії;
- вимоги поліграфічних підприємств до видавничих оригінал-макетів;
- сучасну мережу дистрибуції друкованих періодичних і неперіодичних видань;
- складові системи продажу друкованих видань у ринкових умовах;
- основи економіки видавничої справи
- типову структуру витрат на підготовку і випуск конкретного видання;
- шляхи здешевлення видання;
- історію спеціальності «Видавнича справа та редагування».

Студент повинен уміти:

- орієнтуватися в тенденціях розвитку видавничої справи в Україні і світі;
- застосовувати основні положення законодавчих актів щодо видавничої справи у практиці діяльності видавця;
- аналізувати тематику, мову та географію випуску різних видань;
- відрізняти типи сучасних видавництв та видавничих підрозділів;
- розробити статут видавництва; підготувати документи для його реєстрації;
- розробити видавничу програму;
- відрізняти різні види видавничої продукції;
- визначати формати різних видів видань;
- підрахувати обсяги видань в обліково-видавничих, умовних, друкарських, авторських аркушах;
- структурувати конкретне видання за змістовою, вступною та заключною частинами видання;
- визначити основні елементи матеріальної конструкції книжкового видання;
- формувати службову частину видання;
- створити різні варіанти каталожної картки видання;
- застосовувати національні й видавничі стандарти;
- орієнтуватися в складанні попереднього кошторису витрат на видання.

Місце в структурно-логічній схемі спеціальності. Нормативна навчальна дисципліна «Основи видавничої справи» є базовою для вивчення таких дисциплін як «Історія редагування», «Текстознавство», «Основи редакторської майстерності» «Редагування навчальної і довідкової літератури».

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 180 год., із них 34 год. — лекції, 36 год. — практичні заняття, мк — 10 год., 100 год. — самостійна робота, залік.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс:	Напрям, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>5 кредитів</i></p> <p>Змістові модулі: <i>5 модулів</i></p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): <i>180 годин</i></p> <p>Тижневих годин: <i>2 години</i></p>	<p>Галузь знань 0203 Гуманітарні науки</p> <p>напрям підготовки 6.020303/01</p> <p>Філологія (українська мова і література)</p> <p>Спеціалізація редагування освітніх видань</p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень «бакалавр»</p>	<p>Нормативна</p> <p>Рік підготовки: 3,4</p> <p>Семестр: 5,6,7.</p> <p>Аудиторні заняття: 70 годин, з них: Лекції (теоретична підготовка): 34 години Практичні заняття: 36 годин</p> <p>Модульні контрольні роботи: 10 години</p> <p>Самостійна робота: 100 годин</p> <p>Вид контролю: <u>залік</u></p>

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Самостійна робота	Підсумковий контроль
Змістовний модуль I Видавнича справа на сучасному етапі								
1	Тенденції розвитку видавничої справи на сучасному етапі.	10	4	2	2		6	
2	Видавництво, його створення і реєстрація	10	4	2	2		6	
3	Видавнича програма. Розробка видавничої програми.	14	6	2	4		8	
	Модульна контрольна робота	2						2
Разом		36	14	6	8		20	2
Змістовний модуль II Видавництво і видавнича продукція								
4	Видавнича продукція та критерії поділу її на види	8	4	2	2		4	
5	Види видавничої продукції. Книга як основний предмет видавничої діяльності	8	4	2	2		4	
6	Службова частина видання.	10	4	2	2		6	
7	Основні розмірні та кількісні параметри видань	10	4	2	2		6	
	Модульна контрольна робота	2						2
Разом		38	16	8	8		20	2
Змістовний модуль III Редактор у видавництві								
8	Національні та міжнародні стандарти і правила їх застосування	10	4	2	2		6	
9	Стосунки редактора-видавця і поліграфічного підприємства	10	4	2	2		6	
10	Економічний мінімум для редактора, видавця і журналіста	12	4	2	2		8	
	Модульна контрольна робота	2						2
Разом		34	12	6	6		20	2

Змістовний модуль IV Видавничий менеджмент								
11	Стосунки редактора-видавця і реалі заторів друкованої продукції . Правове регулювання стосунків між видавцями, авторами, поліграфістами та реалі заторами	8	4	2	2		4	
12	Тематичне планування як основа створення видавничої програми	8	4	2	2		4	
13	Економічні ресурси видавництва	10	4	2	2		6	
14	Собівартість видавничої продукції	10	4	2	2		6	
	Модульна контрольна робота	2						2
Разом		38	16	8	8		20	2
Змістовний модуль V Видавничий маркетинг								
15	Доходи та прибуток видавництва	10	4	2	2		6	
16	Фінансування видавництва	10	4	2	2		6	
17	Бізнес-план видавництва	12	4	2	2		8	
	Модульна контрольна робота	2						2
Разом		34	12	6	6		20	2
Разом за навчальним планом		180	70	34	36		100	10

ПРОГРАМА

МОДУЛЬ 1. ВИДАВНИЧА СПРАВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Лекція 1. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Українська видавнича справа у порівнянні з європейськими країнами: ретроспектива.

Тенденції в організаційному, тематичному мовному та географічному аспектах. Законодавство України про видавничу справу.

Практична 1. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

План

1. Охарактеризуйте динаміку випуску друкованої продукції в Україні на душу населення за останнє десятиріччя. Яким є цей показник для розвинених країнах заходу?
2. Особливості розвитку друкованої продукції в регіонах нашої держави.
3. Коротко охарактеризуйте ситуацію в українській книговидавничій справі на початковому етапі становлення Української держави (кінець 90-х років XX століття).
4. Коротко охарактеризуйте ситуацію довкола формування в Україні законодавчого поля для розвитку друкованого слова.

Лекція 2. ВИДАВНИЦТВО, ЙОГО СТВОРЕННЯ ТА РЕЄСТРАЦІЯ (2 год.)

Головні ознаки класифікації сучасних видавництв. Типові структури видавництв: український і зарубіжний досвід.

Практична 2. Видавництво, його створення і реєстрація

План

1. Порядок створення видавництва.
2. Порядок реєстрації видавництва.

Лекція 3. ВИДАВНИЧА ПРОГРАМА (2 год.)

Поняття «видавнича програма» та чинники, які впливають на її зміст. Тенденції видавничого ринку і потреби потенційного споживача (читача) продукції. Видавнича програма і конкурентне середовище. Способи і шляхи розповсюдження власної друкованої продукції як чинники змісту видавничої програми. Існуюча система дистрибуції друкованої продукції.

Безпрограшні видання та їх тематичний діапазон.

Кон'юнктурні видання та складові їх проектів.

Ексклюзивні проекти.

Практична 3. РОЗРОБКА ВИДАВНИЧОЇ ПРОГРАМИ(4 год.)

План

1. Назвіть найголовніші способи поширення власних видань окремим видавцем.
2. Назвіть цивілізовані способи вивчення видавничих програм конкурентів.
3. Назвіть нові приклади безпрограшних видань, кон'юнктурних, ексклюзивних видань із сучасної практики українського та зарубіжного книговидавництва.

МОДУЛЬ 2. ВИДАВНИЦТВО І ВИДАВНИЧА ПРОДУКЦІЯ

Лекція 2. ВИДАВНИЧА ПРОДУКЦІЯ ТА КРИТЕРІЇ ЇЇ ПОДІЛУ НА ВИДИ

Поняття «Видавнича програма». Періодичність. Характер інформації. Знакова природа інформації. Матеріальна конструкція. Мовна ознака. Формат. Повторність випуску. Інші критерії.

Практична 4. Видавнича продукція.

План

1. Поняття «видавнича продукція».
2. Видання за періодичністю.
3. Видання за характером інформації.
4. Видання за знаковою природою інформації.
5. Видання за матеріальною конструкцією.
6. Видання за мовною ознакою.
7. Видання за форматом.
8. Видання за повторністю випуску.
9. Видання за іншими критеріями.

Лекція 5. ВИДИ ВИДАВНИЧОЇ ПРОДУКЦІЇ.

Газетні видання: типологічний ряд (всеукраїнські масові, що виходять від 3 до 6 разів на тиждень; всеукраїнські масові, що входять 1-2 рази на тиждень; центральні масові, що виходять 1 раз на тиждень).

Журнальні видання: типологічний ряд (всеукраїнські щомісячні журнали; щомісячні журнали для батьків; щомісячні журнали для чоловіків; щомісячні автомобільні журнали; щотижневі автомобільні журнали;

Календарі та їх види (табельні календарі – промоція міста, промоція музею, промоція Укрпошти, промоція церкви, промоція природи, промоція видавництва; календарі книжкового типу; магнітні календарі; настільні календарі; календарі знаменних і пам'ятних дат).

Буклети та їх види (буклет туристичний простий; буклет туристичний складний; буклет-хронологія; буклет-порадник).

Листівки (листівки туристичні; листівки ностальгійні; листівки української діаспори на українознавчі теми – святкові, події, персональні, етнографічні; листівки привітальні; новорічні (різдвяні) листівки; листівки-буклети тематичні; поштові листівки).

Запрошення (прості аркушеві, складні, календарні, кольорові, програмні, театральні, комплектні, комбіновані).

Плакати та їх види.

Марки та їх види.

Програми конференцій та разових офіційних (наукових) заходів

Театральні (концертні) програми.

Грамоти та їх види.

Візитівки (візитівки українські, візитівки зарубіжні).

Закладки (інформаційні, рекламні, пізнавальні, табельні, події)

Екслібриси.

Ресторанні меню.

Конверти.

Практична 5. КНИГА ЯК ОСНОВНИЙ ПРЕДМЕТ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (4 год.)

План

1. Подвійна природа книги.
2. Змістова природа книги.
3. Матеріальна структура книги.
4. Роль книги в житті суспільства та її місце в системі засобів масової комунікації.

Лекція 6. СЛУЖБОВА ЧАСТИНА ВИДАННЯ

Службова частина видання: теоретичний і практичний аспекти. Структурні одиниці побудови книжкового видання: службова (вихідні відомості); вступна (від видавництва, передне слово, передмова, вступна стаття); основна (глава, розділ, параграф); заключна (післямова, коментарі, додатки, покажчики, списки скорочень і умовних позначень, бібліографія). Елементи службової частини на початкових сторінках. Макет анотованої каталожної картки та його складові (бібліографічний опис, анотація, міжнародний стандартний номер видання, УДК (ББК)). Варіанти текстового або графічного (або обох способів відразу) наповнення авантитулу. Елементи службової частини на прикінцевих сторінках. Надвипускні дані та випускні дані: еволюція та сучасна практика їх оформлення в Україні та на Заході.

Практична 6. СЛУЖБОВА ЧАСТИНА ВИДАННЯ

План

Кожному студенту підготувати відбиток (копію) службової частини реального книжкового видання (титульної сторінки, звороту титулу та вихідних відомостей останньої сторінки) уже виданих книжкових видань.

Охарактеризувати правильного чи неправильного оформлено службову частину видання.

Лекція 7. ОСНОВНІ РОЗМІРНІ ТА КІЛЬКІСНІ ПАРАМЕТРИ ВИДАНЬ (2 год.)

1. Формати видань. Перетворення типових форматів у стандартні. Основні способи складання аркушів паперу, призначеного для друку різних видів видань, які визнані міжнародним видавничим співтовариством: in folio, in quarto, in octavio. Чинники, які впливають на вибір формату видання.
2. Обсяги видань. Види аркушів. Спосіб переведення фізичного друкованого аркуша в умовний. Причини, необхідності оволодіння сучасним редактором методикою переведення обсягу різних форматів видань в умовні друковані.
3. Об'єм редакторської роботи. Обліково-видавничий аркуш як головний критерій визначення обсягу роботи, виконаного редакторськими працівниками.

Практична 7. Формати видань. Обсяги видань. Види аркушів. Обсяг редакторської роботи.

План

1. Позначте трьома блоками цифр якийсь формат видання та розшифруйте його.
2. Дайте коротке визначення понять таких видів аркушів: паперовий, друкований, умовний, авторський, обліково-видавничий.
3. Коротко охарактеризуйте спосіб переведення фізичного друк. аркуша в умовний.

МОДУЛЬ 3. РЕДАКТОР У ВИДАВНИЦТВІ

Лекція 8. НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ ВИДАВНИЧІ СТАНДАРТИ І ПРАВИЛА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ

Історія стандартів. Сучасний стан із застосуванням діючих та розробкою нових стандартів.

Практична 8. ПРАВИЛА ЗАСТОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИДАВНИЧИХ СТАНДАРТІВ (2 год.)

План

1. Міжнародна стандартна нумерація книг.
2. Міжнародна стандартна нумерація серіальних видань.
3. Міжнародна система штрихового кодування видавничої продукції.

ЛЕКЦІЯ 9. СТОСУНКИ РЕДАКТОРА-ВИДАВЦЯ І ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Суспільно-економічні та технологічні чинники змін у відносинах видавців і поліграфістів та їх вплив на технологію редакційно-видавничого процесу.

Підготовка оригінал-макету. Виведення плівок. Робота з плівками. Вимоги поліграфічних підприємств до підготовки публікацій до друку офсетним способом.

Вибір поліграфічного підприємства: пошук через професійно зорієнтовану періодику. Пошук через книговидавничі і поліграфічні виставки-ярмарки.

Відкриття замовлення в друкарні. Вимоги до оформлення документів, які передаються до друкарні разом з комплектним видавничим оригіналом. Технічна видавнича специфікація поліграфічного виконання друкованих видань.

Основні етапи роботи видавця з поліграфічним підприємством після здачі оригінал-макету і підписання плівок до друку. Міра участі редактора в трьох важливих поліграфічних процесах: контроль кольороподілу обкладинки та ілюстративного матеріалу; звірка «чистих аркушів»; робота із сигнальним примірником.

Практична 9. СТОСУНКИ РЕДАКТОРА-ВИДАВЦЯ І ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Дайте характеристику «Технічній видавничій специфікації».

Лекція 10. ЕКОНОМІЧНИЙ МІНІМУМ ДЛЯ РЕДАКТОРА, ВИДАВЦЯ І ЖУРНАЛІСТА (2 год.)

План

1. Економічний поняттєвий мінімум для редактора-видавця та журналіста.
2. Типова структура витрат на конкретне друковане видання (гонорарні, загально видавничі, редакційні, поліграфічні, маркетингові).
3. Шляхи зниження собівартості різних видів видавничої продукції та роль редактора (журналіста) в цьому процесі.

Практична 10. ЕКОНОМІЧНИЙ МІНІМУМ ДЛЯ РЕДАКТОРА, ВИДАВЦЯ І ЖУРНАЛІСТА (2 год.)

План

1. Комплексне завдання «Зустріч із замовником видання». Замовник, який платить кошти за своє видання, ставить перед Вами, як редактором видавництва, надто завищені і не зовсім реальні умови: терміни виготовлення книги (норми редагування для одного редактора за цей термін - нереальні, завищені вимоги щодо якості поліграфічних матеріалів, вартість яких перевищує підготовлений вами до переговорів попередній кошторис тощо. Змодельуйте характер ведення вами перемовин (у конкретиці проблематики теми) із замовником таким чином, аби він все ж видав свій твір у вашому видавництві й залишився задоволеним співробітництвом.

2. Комплексне завдання «Зустріч із спонсором видання». Ви, як редактор-видавець, підготували до друку досить престижне, але дороге за собівартістю видання. Можливий багатий спонсор зацікавився ним, але поставив ряд вимог, головною з-поміж яких є зменшення суми кошторису вдвічі. Змодельуйте характер ведення Вами перемовин (у конкретиці проблематики теми) із таким спонсором у його кабінеті таким чином, аби він все ж не відмовився від участі в реалізації цього видавничого проекту.

МОДУЛЬ 4. ВИДАВНИЧИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Лекція 11. СТОСУНКИ РЕДАКТОРА-ВИДАВЦЯ І РЕАЛІЗАТОРІВ ДРУКОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Етапи становлення мережі дистрибуції друкованих видань: ретроспектива. Централізована і ринкова система продажу друкованої продукції. Складові системи продажу друкованих видань у ринкових умовах. Типові видавничі договори й особливості видавничої практики. Роль редактора в укладанні видавничих угод.

Практична 11. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СТОСУНКІВ МІЖ ВИДАВЦЯМИ, АВТОРАМИ, ПОЛІГРАФІСТАМИ ТА РЕАЛІЗАТОРАМИ

1. Видавничі договори та їх види: договір з автором (перекладачем, упорядником) на створення твору (договір-замовлення); договір з автором (перекладачем, упорядником) або власником авторських прав на використання твору; договір про ліцензію на переклад і видання твору іноземного автора; договір про ліцензію на репринтне (фототипне) видання мовою оригіналу; договір про ліцензію на спільне видання; договір на позаштатне редагування; договір на виготовлення художнього оформлення.

2. Виробничі договори: договір з поліграфічним підприємством на випуск поліграфічної продукції; договір на випуск твору, що видається коштом автора або спонсора; договір на реалізацію видавничої продукції.

3. Особливості гонорарних зобов'язань видавця. Гонорарна політика видавництв та редакцій газет і роль редактора в цьому процесі.

Лекція 12. ТЕМАТИЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА СТВОРЕННЯ ВИДАВНИЧОЇ ПРОГРАМИ.

Тематичні плани видавництв. Оперетивно-календарне планування роботи у видавництві. Обґрунтування обсягів і план руху виробничих портфелів.

Практична 12. ТЕМАТИЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА СТВОРЕННЯ ВИДАВНИЧОЇ ПРОГРАМИ

План

1. Розробити план руху видавничих портфелів.
2. Обрахування представити у вигляді таблиці (вид. арк.).

Лекція 13. ЕКОНОМІЧНІ РЕСУРСИ ВИДАВНИЦТВА

Трудові ресурси та оплата праці у видавництві. Основні фонди та оборотні засоби видавництва. Нематеріальні ресурси.

Практична 13. ЧИСЕЛЬНІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ І ШТАТНИЙ РОЗКЛАД ВИДАВНИЦТВА.

План

1. Відповідно до річної видавничої програми розрахувати необхідну чисельність працівників для її виконання.
2. Обчислити загальну суму на оплату праці персоналу видавництва та виплату винагороди авторам й іншим особам, що беруть активну участь у роботі видавництва.

Лекція 14. СОБІВАРТІСТЬ ВИДАВНИЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

Поняття собівартості продукції. Економічні елементи собівартості. Статті калькуляції собівартості. Інші кваліфікаційні групи собівартості. Розрахунок беззбиткового накладу.

Практична 14. СКЛАДАННЯ ПРОЕКТУ КОШТОРИСУ ВЛАСНОГО ВИДАННЯ.

Заняття проводиться у формі надання викладачем кожному студентові конкретних параметрів на видання того чи іншого виду видання (автор, назва, вид видання, обсяг, наклад).

Критерії оцінювання:

- наближеність виведених цифрових параметрів до реального видання;
- рівень обізнаності студента із тенденціями ціноутворення на видавничому ринку;
- рівень обізнаності студентом із тенденціями читацького попиту на ті чи інші види видавничої продукції.

МОДУЛЬ 5. ВИДАВНИЧИЙ МАРКЕТИНГ

Лекція 15. ДОХОДИ ТА ПРИБУТОК ВИДАВНИЦТВА

Доходи видавництва. Реалізація готової продукції. Визначення випускової видавничої ціни. Прибуток видавництва.

Практична 15. Реалізація готової продукції.

План

1. Охарактеризувати складові продажу друкованої продукції у ринкових умовах.
2. Розробити план продажу та розповсюдження власного видання.
3. Запропоновану рекламну кампанію щодо продажу друкованого видання.

Лекція 16. ФІНАНСУВАННЯ ВИДАВНИЦТВА

Фінансові ресурси видавництва та їх джерела. Ефективність інвестицій.

Практична 16. Методи розрахунку ефективності інвестицій

План

1. Охарактеризувати показники ефективності інвестицій.
2. За методою розробити аналіз ефективності інвестицій.

Лекція 17. БІЗНЕС-ПЛАН ВИДАВНИЦТВА

Зміст і структура бізнес-плану. Функціональне призначення бізнес-плану. Напрями розвитку видавництва. Аналіз стану та прогноз розвитку ринку. План руху коштів.

Практична 17. Зміст і структура бізнес-плану.

План

1. Охарактеризувати комерційний інтерес видавництва.
2. Дати оцінку мети проекту.
3. Визначити основні напрями стратегії і тактики досягнення поставленої мети.
4. Розробити модель функціонального призначення бізнес плану власного видавництва.

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

IV. Навчально-методична карта дисципліни «Основи видавничої справи»

Разом: 180 год., лекції – 34год., практичні заняття – 36 год., самостійна робота – 100 год., модульна – 10 год., залік.

Модуль	Змістовий модуль 1						
Назва модуля	Видавнича справа на сучасному етапі						
К-сть балів за модуль	77						
Лекції	1		2		3		
Теми лекцій	Лекція 1. Тенденції розвитку видавничої справи на сучасному етапі.		Лекція 2. Видавництво, його створення і реєстрація		Лекція 3. Видавнича програма		
Відвідування лекцій	1 бал		1 бал		1 бал		
Теми практичних занять		Тема 1. Тенденції розвитку видавничої справи на сучасному етапі.		Тема 2 Видавництво, його створення і реєстрація		Тема 3,4. Розробка видавничої програми.	
Відвідування СЗ/ робота		1+10=11 балів		1+10=11 балів		1+10=11 балів 1+10=11 балів	
Самостійна робота						С/Р № 1 5 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 25 балів						
Модуль	Змістовий модуль 2						
Назва модуля	Видавництво і видавнича продукція						
К-сть балів за модуль	78						
Лекції	4		5		6		7
Теми лекцій	Лекція 4. Видавнича продукція та критерії поділу її на види		Лекція 5. Види видавничої продукції		Лекція 6 Службова частина видання.		Лекція 7 Основні розмірні та кількісні параметри видань
Відвідування лекцій	1 бал		1 бал		1 бал		1 бал
Теми практичних занять		Тема 5. Видавнича продукція		Тема 6. Книга як основний предмет видавничої діяльності		Тема 7. Службова частина видання.	Тема 8. Формати видань. Обсяги видань. Види аркушів. Обсяг редакторської роботи
Відвідування СЗ/ робота		1+10=11 балів		1+10=11 балів		1+10=11 балів	1+10=11 балів
Самостійна робота				С/Р № 2 5 балів			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 25 балів						
Модуль	Змістовий модуль 3						

Назва модуля	Редактор у видавництві						
Кількість балів за модуль	97						
Лекції	8		9		10		
	Лекція 8. Національні та міжнародні стандарти і правила їх застосування		Лекція 9 Стосунки редактора-видавця і поліграфічного підприємства		Лекція 10 Економічний мінімум для редактора, видавця і автора		
Відвідування лекцій	1 бал		1 бал		1 бал		
Теми практичних занять		Тема 9. Правила застосування національних та міжнародних		Тема 10. Правове регулювання стосунків між видавцями, авторами, поліграфістами та реалізаторами		Тема 11. Економічний мінімум для редактора, видавця і автора	
Відвідування СЗ/ робота		1+10=11 балів		1+10=11 балів		1+10=11 балів	
Самостійна робота				С/Р № 2 5 балів			
ІНДЗ	30 балів						
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 25 балів						
Модуль	Змістовий модуль 4						
Назва модуля	Видавничий менеджмент						
Кількість балів за модуль	78						
Лекції	11		12		13		14
	Лекція 11. Стосунки редактора-видавця і реалізаторів друкованої продукції		Лекція 12 Стосунки редактора-видавця і реалізаторів друкованої продукції .		Лекція 13 Економічні ресурси видавництва		Лекція 14. Собівартість видавничої продукції
Відвідування лекцій	1 бал		1 бал		1 бал		1 бал
Теми практичних занять		Тема 12. Стосунки редактора-видавця і реалізаторів друкованої продукції		Тема 13. Правове регулювання стосунків між видавцями, авторами, поліграфістами та реалізаторами		Тема 14. Чисельність працівників і штатний розклад видавництва	Тема 15. Складання проекту кошторису власного видання
Відвідування СЗ/ робота		1+10=11 балів		1+10=11 балів		1+10=11 балів	1+10=11 балів
Самостійна робота						С/Р № 3 5 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 4 25 балів						
Модуль	Змістовий модуль 5						
Назва модуля	Видавничий та маркетинг						
Кількість	66						

балів за модуль							
Лекції	6		7				
	Лекція 15 Доходи та прибуток видавництва		Лекція 16 Фінансування видавництва		Лекція 17. Бізнес-план видавництва		
Відвідування лекцій	1 бал		1 бал		1 бал		
Теми семінарських занять		Тема 16. Реалізація готової продукції		Тема 17. Методи розрахунку ефективності інвестицій		Тема 18. Зміст і структура бізнес-плану	
Відвідування СЗ/ робота		1+10=11 балів		1+10=11 балів		1+10=11 балів	
Самостійна робота			С/Р № 2 5 балів				
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 25 балів						
Підсумковий контроль	Залік за результатами п'яти модулів						

ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

МОДУЛЬ 1. ВИДАВНИЧА СПРАВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Практична 1. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

План

1. Охарактеризуйте динаміку випуску друкованої продукції в Україні на душу населення за останнє десятиріччя. Яким є цей показник для розвинених країнах заходу?
2. Виокреміть особливості розвитку друкованої продукції в регіонах нашої держави.
3. Коротко охарактеризуйте ситуацію в українській книговидавничій справі на початковому етапі становлення Української держави (кінець 90-х років XX століття).
4. Коротко охарактеризуйте ситуацію довкола формування в Україні законодавчого поля для розвитку друкованого слова.

Література: 1, 3, 16, 17.

Практична 2. Видавництво, його створення і реєстрація

План

- 1.Порядок створення видавництва.
- 2.Порядок реєстрації видавництва.

Практична 3. РОЗРОБКА ВИДАВНИЧОЇ ПРОГРАМИ(4 год.)

План

1. Назвіть найголовніші способи поширення власних видань окремим видавцем.
2. Назвіть цивілізовані способи вивчення видавничих програм конкурентів.
3. Назвіть нові приклади безпрограшних видань, кон'юнктурних, ексклюзивних видань із сучасної практики українського та зарубіжного книговидання.

Література: 1, 3, 16, 17.

МОДУЛЬ 2. ВИДАВНИЦТВО І ВИДАВНИЧА ПРОДУКЦІЯ

Практична 4. Видавнича продукція.

План

1. Поняття «видавнича продукція».
2. Видання за періодичністю.
3. Видання за характером інформації.
4. Видання за знаковою природою інформації.
5. Видання за матеріальною конструкцією.

6. Видання за мовною ознакою.
7. Видання за форматом.
8. Видання за повторністю випуску.
9. Видання за іншими критеріями.

Література: 1, 3, 16, 17.

Практична 5. КНИГА ЯК ОСНОВНИЙ ПРЕДМЕТ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (4 год.)

План

1. Подвійна природа книги.
2. Змістова природа книги.
3. Матеріальна структура книги.
4. Роль книги в житті суспільства та її місце в системі засобів масової комунікації.

Література: 1, 3, 16, 17.

Практична 6. СЛУЖБОВА ЧАСТИНА ВИДАННЯ

План

Кожному студенту підготувати ксероксний відбиток службової частини реального книжкового видання (титульної сторінки, звороту титулу та вихідних відомостей останньої сторінки) уже виданих книжкових видань.

Охарактеризувати правильного чи неправильного оформлено службову частину видання.

Література: 1, 2, 3, 20.

Практична 7. Формати видань. Обсяги видань. Види аркушів. Обсяг редакторської роботи.

План

1. Позначте трьома блоками цифр якийсь формат видання та розшифруйте його.
2. Дайте коротке визначення понять таких видів аркушів: паперовий, друкований, умовний, авторський, обліково-видавничий.
3. Коротко охарактеризуйте спосіб переведення фізичного друк. аркуша в умовний.

Література: 1, 2, 5, 12, 13.

МОДУЛЬ 3. РЕДАКТОР У ВИДАВНИЦТВІ

Практична 8. ПРАВИЛА ЗАСТОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ВИДАВНИЧИХ СТАНДАРТІВ (2 год.)

План

1. Міжнародна стандартна нумерація книг.
2. Міжнародна стандартна нумерація серіальних видань.

3. Міжнародна система штрихового кодування видавничої продукції.
Література: 1, 2, 3, 20.

Практична 9. СТОСУНКИ РЕДАКТОРА-ВИДАВЦЯ І ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Дайте характеристику «Технічній видавничій специфікації».
Література: 1, 2, 5, 12, 13.

Практична 10. ЕКОНОМІЧНИЙ МІНІМУМ ДЛЯ РЕДАКТОРА, ВИДАВЦЯ І ЖУРНАЛІСТА (2 год.)

План

1. Комплексне завдання «Зустріч із замовником видання». Замовник, який платить кошти за своє видання, ставить перед Вами, як редактором видавництва, надто завищені і не зовсім реальні умови: терміни виготовлення книги (норми редагування для одного редактора за цей термін - нереальні, завищені вимоги щодо якості поліграфічних матеріалів, вартість яких перевищує підготовлений вами до переговорів попередній кошторис тощо. Змодельуйте характер ведення вами перемовин (у конкретиці проблематики теми) із замовником таким чином, аби він все ж видав свій твір у вашому видавництві й залишився задоволеним співробітництвом.

2. Комплексне завдання «Зустріч із спонсором видання». Ви, як редактор-видавець, підготували до друку досить престижне, але дороге за собівартістю видання. Можливий багатий спонсор зацікавився ним, але поставив ряд вимог, головною з-поміж яких є зменшення суми кошторису вдвічі. Змодельуйте характер ведення Вами перемовин (у конкретиці проблематики теми) із таким спонсором у його кабінеті таким чином, аби він все ж не відмовився від участі в реалізації цього видавничого проекту.

Література: 1, 2, 5, 12, 13.

МОДУЛЬ 4. ВИДАВНИЧИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Практична 11. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СТОСУНКІВ МІЖ ВИДАВЦЯМИ, АВТОРАМИ, ПОЛІГРАФІСТАМИ ТА РЕАЛІЗАТОРАМИ

1. Видавничі договори та їх види: договір з автором (перекладачем, упорядником) на створення твору (договір-замовлення); договір з автором (перекладачем, упорядником) або власником авторських прав на використання твору; договір про ліцензію на переклад і видання твору іноземного автора; договір про ліцензію на репринтне (фототипне) видання мовою оригіналу; договір про ліцензію на спільне видання; договір на позаштатне редагування; договір на виготовлення художнього оформлення.
2. Виробничі договори: договір з поліграфічним підприємством на випуск поліграфічної продукції; договір на випуск твору, що видається коштом автора або спонсора; договір на реалізацію видавничої продукції.

3. Особливості гонорарних зобов'язань видавця. Гонорарна політика видавництв та редакцій газет і роль редактора в цьому процесі.

Література: 1, 2, 5, 12, 13.

Практична 12. ТЕМАТИЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ОСНОВА СТВОРЕННЯ ВИДАВНИЧОЇ ПРОГРАМИ

План

1. Розробити план руху видавничих портфелів.
2. Обрахування представити у вигляді таблиці (вид. арк.).

Література: 1, 2, 5, 12, 13.

Практична 13. ЧИСЕЛЬНІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ І ШТАТНИЙ РОЗКЛАД ВИДАВНИЦТВА.

План

1. Відповідно до річної видавничої програми розрахувати необхідну чисельність працівників для її виконання.
2. Обчислити загальну суму на оплату праці персоналу видавництва та виплату винагороди авторам й іншим особам, що беруть активну участь у роботі видавництва.

Література: 1, 2, 5, 12, 13.

Практична 14. СКЛАДАННЯ ПРОЕКТУ КОШТОРИСУ ВЛАСНОГО ВИДАННЯ.

Заняття проводиться у формі надання викладачем кожному студентові конкретних параметрів на видання того чи іншого виду видання (автор, назва, вид видання, обсяг, наклад).

Критерії оцінювання:

- наближеність виведених цифрових параметрів до реального видання;
- рівень обізнаності студента із тенденціями ціноутворення на видавничому ринку;
- рівень обізнаності студентом із тенденціями читацького попиту на ті чи інші види видавничої продукції.

Література: 1, 2, 5, 12, 13.

МОДУЛЬ 5. ВИДАВНИЧИЙ МАРКЕТИНГ

Практична 15. Реалізація готової продукції.

План

1. Охарактеризувати складові продажу друкованої продукції у ринкових умовах.
2. Розробити план продажу та розповсюдження власного видання.
3. Запропоновану рекламну кампанію щодо продажу друкованого видання.

Література: 1, 2, 5, 12, 13.

Практична 16. Методи розрахунку ефективності інвестицій

План

1. Охарактеризувати показники ефективності інвестицій.
2. За методою розробити аналіз ефективності інвестицій.

Література: 1, 2, 5, 12, 13.

Практична 17. Зміст і структура бізнес-плану.

План

1. Охарактеризувати комерційний інтерес видавництва.
2. Дати оцінку мету проекту.
3. Визначити основні напрями стратегії і тактики досягнення поставленої мети.
4. Розробити модель функціонального призначення бізнес плану власного видавництва.

Література: 1, 2, 5, 12, 13.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

МОДУЛЬ I.

Тема 1-3. Видавництво і видавнича продукція – 20 год.

«Моделювання ситуації з практики редактора-видавця»

Комплексне індивідуальне завдання *«Реалізую своє власне видання»*. Розробіть детальний план реалізації свого власного довідкового (художнього, навчального, науково-популярного тощо) видання, яке вийшло малим і великим накладом. Визначте коло потенційних реалізаторів, шляхи доставки до них своєї продукції, способи повернення коштів, часові межі реалізації. Подбайте про промоційну і рекламну акції. Усно прокоментуйте свій проект на практичному занятті.

Комплексне індивідуальне завдання *«Іду в друкарню домовлятися про друк свого видання»*. Виберіть з каталогу «Поліграфія від А до Я» конкретну друкарню і заповніть для неї «Технічну видавничу специфікацію поліграфічного виконання» підготовленого вами до друку конкретного видавничого продукту. Додайте до нього текст вашого офіційного листа як директора видавництва. Змодельуйте характер ведення вами перемовин (у конкретиці проблематики теми) із директором друкарні.

Відтворіть власне розуміння типології сучасних видавництв за допомогою схем. Розробіть структуру і штатний склад власного видавництва.

Розробіть проект статуту власного видавництва.

На основі взятого інтерв'ю у представника зарубіжної видавничої фірми (спільного українсько-зарубіжного видавничого підприємства) напишіть про порядок реєстрації видавництва (видавничої структури) за рубежом.

МОДУЛЬ II.

Тема 4-7. Видавництво і видавнича продукція – 20 год.

Комплексне завдання *«Інтерв'ю у практика»*. Візьміть інтерв'ю у працівника книжкової розкладки і підготуйте до друку в студентських виданнях «Редактор», «Молодий журналіст» кореспонденції на теми: «Що на сьогодні вважається бестселером (за тематикою)», «Чи впливає мова видання на вибір читача потрібної книги», «Коельо (Умберто, або інший культовий автор) українською і російською мовами: аргументи за і проти щодо остаточного вибору покупця».

Комплексне завдання *«Інтерв'ю у практика»*. Візьміть інтерв'ю у продавця газетного кіоску і підготуйте до друку в студентських виданнях «Редактор», «Молодий журналіст» кореспонденції на теми: які видання і чому найбільше беруть покупці; чому «Літературну Україну («Українське слово») тощо часто кіоскери не виставляють на розкладку; за якими

критеріями і хто формує замовлення щодо асортименту і кількості щоденних продаж періодики та ін.

МОДУЛЬ III.

Тема 8-10. Редактор у видавництві – 20 год.

«Моделювання ситуації з практики редактора-видавця»

Комплексне індивідуальне завдання «Реалізую своє власне видання»:

- розробить детальний план реалізації свого власного довідкового (художнього, навчального, науково-популярного тощо) видання, яке вийшло малим і великим накладом.
- визначте коло потенційних реалізаторів, шляхи доставки до них своєї продукції, способи повернення коштів, часові межі реалізації.
- оодбайте про промоційну і рекламну акції.
- прокоментуйте свій проект на практичному занятті.

МОДУЛЬ IV.

Тема 11-14. ВИДАВНИЧИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – 20 год.

Комплексне індивідуальне завдання «Іду в друкарню домовлятися про друк свого видання». Виберіть з каталогу «Поліграфія від А до Я» конкретну друкарню і заповніть для неї «Технічну видавничу специфікацію поліграфічного виконання» підготовленого вами до друку конкретного видавничого продукту. Додайте до нього текст вашого офіційного листа як директора видавництва. Змоделюйте характер ведення вами перемовин (у конкретиці проблематики теми) із директором друкарні.

Комплексне індивідуальне завдання «Загальноредакційні умови для роботи». Змоделюйте та охарактеризуйте та оформіть у вигляді тижневого запису в діловому щоденнику робочий тиждень головного редактора (редактора відділу, літературного редактора).

МОДУЛЬ V.

Тема 15-17. ВИДАВНИЧИЙ МАРКЕТИНГ – 20 год.

Комплексне індивідуальне завдання. Опрацювати книгу М. Тимошика, Г. Дацюк, К. Таран «Історія одного журналістського курсу в мемуарах, щоденниках, інтерв'ю, замальовках, записках, есеях, документах, світлинах» за такими параметрами:

- структура видання,
- змістове наповнення окремих розділів,
- особливості підготовки передмов до розділів,
- принципи відбору запитань до журналістів.

Скласти структуру власного майбутнього видання на побідну тему (назва, перелік назв розділів і параграфів)

Написати творчу роботу «Мої роздуми після прочитання книги «Історія одного журналістського курсу».

Комплексне індивідуальне завдання. Спланувати, підготувати, відредагувати міні газету, або тематичну структуру сторінки для однієї з загальнонаціональних або місцевих газет.

Таблиця 6.1

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I Видавництво і видавнича продукція (20 год.)			
Тема 2.	Практичне заняття, модульний контроль	5	I- II
Тема 3.	Практичне заняття, модульний контроль		III- IV
Змістовий модуль II Видавництво і видавнича продукція (20 год.)			
Тема 5.	Практичне заняття, модульний контроль	5	V- VI
Тема 6.	Практичне заняття, модульний контроль		VI- VII
Тема 7.	Практичне заняття, модульний контроль		VII-VIII
Змістовий модуль III Редактор у видавництві (20 год.)			
Тема 9.	Практичне заняття, модульний контроль	5	IX
Тема 10.	Практичне заняття, модульний контроль		X
Змістовий модуль IV Видавничий менеджмент (20 год.)			
Тема 11.	Практичне заняття, модульний контроль	5	XI
Тема 12.	Практичне заняття, модульний контроль		XII
Тема 13,14.	Практичне заняття, модульний контроль		XIII
Змістовий модуль V Видавничий маркетинг (20 год.)			
Тема 15.	Практичне заняття, модульний контроль	5	XIV
Тема 16.	Практичне заняття, модульний контроль		XVI
<i>Разом: 100 год.</i>	<i>Разом: 65 балів</i>		

VII. Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) (30 балів)

МОЯ ВЛАСНА ВИДАВНИЧА ПРОГРАМА

Видавнича програма — це чітко продумана видавцем стратегія і тактика його дій на ринку, яка впливає на підготовку та випуск потрібних суспільству або замовнику й економічно вигідних видавництву видань. На характер і зміст видавничої програми безпосередньо впливають кілька чинників, серед цих чинників найголовнішими є:

- ґрунтовне вивчення тенденцій книговидавничого ринку і потреб потенційного споживача (читача) своєї продукції;
- чітке визначення спеціалізації видавництва й залучення для цього кваліфікованих кадрів;
- достатня орієнтація щодо видавничих програм і характеру діяльності конкурентів;
- добре налагоджена схема розповсюдження випущеної продукції у ланцюгу «видавництво – друкарня – покупець (споживач)».

ІНДЗ як пошуково-дослідницька робота має містити, крім фактажного матеріалу, ще й аналітичні висновки. Кінцевим результатом ІНДЗ є презентація чи письмова робота, яка захищаються публічним виступом на парі.

Шкалу оцінювання подано у табл. 7.2.

Таблиця 7.2

Критерії оцінювання ІНДЗ

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1.	Обґрунтування вибору теми	2 бали
2.	Постановка тези, проблеми	3 бали
3.	Науковий рівень дослідження	5 балів
4.	Правильно дібрані аргументи	5 бали
5.	Доказовість висновків, обґрунтованість власної позиції	9 бали
6.	Наявність аналітичних висновків	6 бали
Разом		30 балів

Оцінка з ІНДЗ є обов'язковим балом, який враховується при підсумковому оцінюванні навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни «Основи видавничої справи». Студент може набрати максимальну кількість балів за ІНДЗ – 30 балів.

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Основи видавничої справи» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів

контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2.

Таблиця 8.1

**Розрахунок рейтингових балів за видами
поточного (модульного) контролю**

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1	Відвідування лекцій	1	17	17
2	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	18	18
3	Виконання завдання з самостійної роботи	5	5	25
4	Робота на семінарському занятті	10	18	180
5	ІНДЗ	30	1	30
6	Модульна контрольна робота	25	5	125
максимальна кількість балів 395				

Розрахунок: $395:100=3,95$

Студент набрав: 391

Оцінка: $391:3,95 = 98,9$ (бал за семестр)

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

➤ **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда.

➤ **Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

Таблиця 8.2

**Порядок переведення рейтингових показників успішності у європейські
оцінки ECTS**

Підсумкова кількість балів (max – 100)	Оцінка за 4-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
1 – 34	«незадовільно» (з обов'язковим повторним курсом)	F
35 – 59	«незадовільно» (з можливістю повторного складання)	FX
60 – 68	«задовільно»	E
69 – 74		D
75 – 81	«добре»	C
82 – 89		B
90 – 100	«відмінно»	A

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

ІХ. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні*: вправи.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних завдань.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

Х. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);
- ✓ завдання для ректорського контролю знань студентів з навчальної дисципліни «Основи видавничої справи».

ТЕМИ КОНТРОЛЬНИХ ПИТАНЬ

1. Закон України «Про видавничу справу»: права та обов'язки видавця.
2. Критерії вибору видавцем поліграфічного підприємства.
3. Схематично відтворіть існуючу в Україні мережу дистрибуції друкованих видань.
4. Сучасне українське законодавство в галузі видавничої справи: загальна характеристика.
5. Службова частина видання: практичний аспект.
6. Запропонуйте проект кошторису власного видання.
7. Поняття «видавнича програма» та чинники, які впливають на її зміст.
8. Загальна характеристика редакційно-видавничого процесу.
9. Представити шляхи зниження собівартості різних видів видавничої продукції.
10. Видавнича програма і конкурентне середовище.
11. Порядок реєстрації видавництва.
12. Наведіть три приклади дотримання (чи не дотримання) вимог щодо штрихового кодування друкованої продукції. Прокоментуйте.
13. Поняття «видавнича продукція», критерії її поділу на види.
14. Підготовчий етап редакційно-видавничого процесу.
15. Охарактеризуйте структуру ISBN та зміст його цифрових блоків на прикладі конкретного книжкового видання.
16. Книга як основний предмет видавничої діяльності.
17. Шляхи пошуку видавцем авторського оригіналу та вимоги до авторського оригіналу.
18. Підготуйте видавничу програму власного видавництва (газети, журналу) на один рік.
19. Структурні одиниці побудови книжкового видання.
20. Проаналізуйте тенденції видавничого ринку і потреби потенційного споживача (читача) продукції.
21. Подвійна природа книги.

22. Види видавничої продукції: календарі, буклети, листівки, плакати, марки.
23. Змістова природа книги.
24. Види видавничої продукції. Газетні видання: типологічний ряд.
25. Схематично відтворіть динаміку випуску друкованої продукції в Україні на душу населення за останнє десятиріччя в порівнянні з країнами Заходу.
26. Матеріальна структура книги.
27. Проаналізувати особливості гонорарних зобов'язань видавця.
28. Спосіб переведення фізичного друкованого аркуша в умовний.
29. Економічний поняттєвий мінімум для редактора-видавця.
30. Види видавничої продукції. Журнальні видання: типологічний ряд.
31. Історія стандартів. Сучасний стан видавничої справи із застосуванням діючих та розробкою нових стандартів.
32. Охарактеризувати складові продажу друкованої продукції у ринкових умовах.
33. Надвипускні та випускні дані книжкових українських та зарубіжних видань: порівняльна характеристика.
34. Міжнародна стандартна нумерація книг.
35. Загальні вимоги до авторського оригіналу.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. *Теремко В. І.* Видавничий маркетинг: навч. посіб. / В. І. Теремко. – К. : Академвидав, 2009. – 272 с. (Серія «Альма-матер»).
2. *Теремко В. І.* Видавництво – ХХІ. Виклики і стратегії : монографія / Василь Іванович Теремко; Наук. конс. В. В. Різун.– К. : Академвидав, 2012.– 323,[2] с.– (Монограф)
3. *Тимошик М.* Видавничий бізнес: Погляд журналіста, видавця, вченого / М. Тимошик. – К.: Наша культура і наука, 2005.
4. *Тимошик М.* Книга для автора, редактора, видавця / М. Тимошик. – К.: Наша культура і наука, 2010. – 560 с. (Серія «Бібліотека видавця, редактора, автора).

Додаткова

5. *Дурняк Б. В.* Видавничо-поліграфічна галузь України: стан, проблеми, тенденції: Статистично-графічний огляд / Б. В. Дурняк, А. М. Штангерт, О. В. Мельников – Львів: Українська академія друкарства, 2006. – С. 9-63.
6. *Бем Гольгер* Видавець майбутнього: маркетинг і менеджмент у видавництві / Гольгер Бем . – К.: Основи, 1994. – С. 18-26 (організація видавництва).
7. Державна реєстрація юридичних та фізичних осіб – підприємців / за ред. А. Дашкевича. – К.: Юрінком Інтер, 2005. – С. 52-172.
8. Энциклопедия книжного дела. – М.: Юристъ, 1998. – С.106 (про безпрограшні видання); С. 368-379 (про конкурентну ситуацію на видавничому ринку).
9. Інструкція про присвоєння Міжнародного стандартного номера книги в Україні. – К.: Книжкова палата України, 1998. – 16 с.
10. Книгоиздательский бизнес: Сб. статей: Пер. с англ. М.: СП Бук Чембер Интернэшнл, 1993. – С. 60-71 (пошук ідеї, вибір);
11. *Мигонь К.* Наука о книге: очерк проблематики / К. Мигонь.– М.: Книга, 1991 (параграфи про етимологію поняття книга).
12. *Мильчин А.* Издательский словарь-справочник.–М.: Юрист,1998. – 472 с.
13. *Мильчин А. Э.* Справочник издателя и автора: Редакционно-издательское оформление издания / А. Мильчин, Л. Чельцова. – 2-е изд. – М.: Олма-Пресс, 2003. - С. 281-646.
14. *Мильчин А. Э.* Культура издания Или как не надо и как надо делать книги / А. Мильчин. – М.: Логос, 2002. – С. 27-207.
15. *Огар Е. І.* Українсько-російський та російсько-український словник-довідник з видавничої справи / Е. І. Огар. – Львів: Палітра друку, 2002. – 224.
16. *Пикок Д.* Издательское дело: Книга – от замысла до упаковки / Д. Пикок. – М. : ЭКОМ, 1998. – С. 29-38. (вибір формату, стандартні формати видань).
17. *Сава В.* Основи техніки творення книги / В. Сава. – Львів: Каменяр, 2000. – С. 16-43 (формати, підрахунки обсягів видань).
18. *Сенченко М.* Світове книговидання і випуск творів друку в Україні / М. Сенченко // Друкарство. – 2003. – №3. – С. 12-18.
19. *Черниш Н.* Основи бібліології: навч. посіб./ Н. Черниш. – К.: Наша культура і наука, 2014. – 220 с.